

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

Кафедра міжнародних економічних відносин



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Перший проректор

Гугнін Е.А.

2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВК 7 PR-ТЕХНОЛОГІЇ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Освітня програма: «Міжнародний бізнес»

Інститут, факультет: економіко-гуманітарний інститут
гуманітарний факультет

Мова навчання: українська

Запоріжжя 2020

Робоча програма навчальної дисципліни «PR-технології в міжнародних відносинах» для здобувачів вищої освіти спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини», освітньої програми «Міжнародний бізнес»

«_____» _____, 20__ року - 13 с.

Розробники: Козицька Г.В., к.е.н., доцент

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин

Протокол від «27» 08 _____ 20 20 року № 1

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин

«27» 08 _____ 20 20 року Е.В. Прушківська (Е.В.Прушківська)

Схвалено науково-методичною комісією гуманітарного факультету

Протокол від «28» 08 _____ 20 20 року № 1

«28» 08 _____ 20 20 року Голова М.В. Дедков (М.В.Дедков)

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 29 «Міжнародні відносини»	вибіркова	
Модулів – 2	Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини» Освітня програма: «Міжнародний бізнес»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		3-й	3-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання: розробка PR-програми		Семестр	
Загальна кількість годин - 90		5-й	5-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4,29	Освітній ступінь: бакалавр	Лекції	
		14 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		14 год.	2 год.
		Лабораторні	
		- год.	- год.
		Самостійна робота	
60 год.	82 год.		
Індивідуальні завдання: 2год.			
Вид контролю: залік			

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 31,11 % до 68,89 %

для заочної форми навчання – 6,67 % до 93,33 %

1. Мета навчальної дисципліни

Доцільність вивчення матеріалу курсу «PR-технології в міжнародних відносинах» обумовлена зміцненням інформаційної складової в системі чинників основоположних для здійснення міжнародного бізнесу. В умовах глобалізації використання стратегій та інструментарію public relations забезпечує можливість для вітчизняних підприємств витримувати конкуренцію на внутрішньому та зовнішньому ринках. Повноцінна діяльність підприємств в галузі міжнародного бізнесу може бути ефективною лише за умови наявності спеціалістів, що володіють теорією та практикою public relations з урахуванням особливостей національних та міжнародних ринків.

Для освоєння студентами необхідних теоретичних знань та отримання практичних навичок щодо PR-діяльності в сучасному світі попередньо їм необхідно опрацювати такі дисципліни як: «Історія міжнародних економічних відносин», «Міжнародні економічні відносини», «Країнознавство», «Сучасні інформаційні системи і технології». Одночасне опанування таких дисциплін, як: «Міжнародний бізнес», «Міжнародний менеджмент і маркетинг». Отриманні знання в подальшому стануть теоретичною базою для здобувачів при опануванні таких дисциплін як: «Глобалізація та транснаціоналізація світової економіки».

Мета викладання навчальної дисципліни «PR-технології в міжнародних відносинах» – формування у здобувачів відповідних дисциплінарних компетентностей щодо визначення та використання основних складових PR-технологій в різних сферах діяльності, особливо в комунікативній складовій міжнародного бізнесу.

Завданнями навчальної дисципліни є засвоєння понятійного апарату, формування уявлення про сучасний стан та проблеми становлення і розвитку PR у сфері міжнародних комунікацій; ознайомлення з напрямками PR-діяльності у процесі міжнародних відносин; надання знань технологій впливу на міжнародну громадську думку через PR-програми.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати:

інтегральну компетентність: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері міжнародних відносин у цілому та міжнародних економічних, зокрема, а також у процесі навчання, що передбачає застосування новітніх теорій та методів при здійсненні комплексних досліджень світогосподарських зв'язків, характеризується комплексністю та невизначеністю умов;

загальні компетентності:

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;

ЗК 2. Здатність зберігати та приумножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;

ЗК 5. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово;

ЗК 7. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;

ЗК 8. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

ЗК 12. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

спеціальні (фахові) компетентності:

СК 5. Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них;

СК 8. Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними;

СК 11. Здатність проводити дослідження економічних явищ та процесів у міжнародній сфері з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків;

СК 14. Здатність спілкуватися на професійному та соціальному рівнях з використанням фахової термінології, включаючи усну і письмову комунікацію державною мовою;

СК 16. Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності;

очікувані програмні результати навчання:

РН 2. Вільно спілкуватися з професійних питань державною мовою усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію;

РН 3. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення;

РН 5. Володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них;

РН 7. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати;

РН 15. Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними;

РН 21. Розуміти і мати навички з ведення ділового протоколу та ділового етикету у сфері міжнародних економічних відносин, враховуючи особливості міжкультурного спілкування на професійному та соціальному рівнях;

РН 25. Презентувати результати досліджень на базі яких розробляються рекомендації та заходи з адаптації до змін міжнародного середовища.

2. Програма навчальної дисципліни**Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні аспекти зв'язків з громадськістю****Тема 1. Public relations як сфера практично-прикладної діяльності.**

Поняття, мета, принципи та функції public relations. Історія виникнення public relations. Вимоги до фахівця з public relations, сфери його діяльності .

Тема 2. Громадськість як суб'єкт комунікації.

Комунікативний простір, його основні складові й параметри. Поняття «громадськість» у теорії і практиці public relations. Типологізація громадськості у практиці PR. Цільові та пріоритетні групи громадськості. Проблема виявлення «своєї» громадськості. Сутність, характерні риси та ознаки громадської думки. Методи дослідження громадської думки. Процес формування громадської думки та місце в ньому служби зв'язків з громадськістю.

Тема 3. Методи впливу на громадськість. Вербальні та невербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю. PR-програми.

Вербальні комунікації: поняття, основні характеристики та типологізація. Публічні виступи як важливий засіб комунікації з громадськістю. Комунікації з використанням письмової мови. Поняття, функції та види невербальної комунікації. Оптико-кінетичні комунікації. Фонаційні та графічні засоби невербальної комунікації. Ситуативні змінні невербальної комунікації. Управління PR -процесом. Етапи PR-програми.

Змістовий модуль 2. Міжнародні public relations.

Тема 4. Public relations в міжнародному середовищі.

Структура, цілі та завдання комунікацій з громадськістю в міжнародному середовищі. Причини зростання значення міжнародних public relations. Наслідки поширення міжнародних комунікацій з громадськістю для public relations. Наслідки виникнення та розвитку міжнародних public relations для суспільства. Структура міжнародних public relations. Основні напрями міжнародних public relations.

Тема 5. Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів.

Основні завдання PR-діяльності держави у сфері міжнародних відносин. PR-діяльність зовнішньополітичних та зовнішньоекономічних структур держави. Внутрішні аспекти міжнародних public relations. Зовнішні аспекти міжнародних public relations у галузі зовнішньої політики. Інформаційне забезпечення міжнародних візитів. Складники іміджу України.

Тема 6. Міжнародні організації та ТНК як суб'єкти PR-діяльності.

Організація Об'єднаних націй (ООН). Департамент громадської інформації. Прийоми та засоби діяльності департаменту громадської інформації. Структура департаменту громадської інформації. Організація Північноатлантичного договору (НАТО). Засоби інформування громадськості про діяльність Альянсу. Транснаціональні корпорації. Форми PR-діяльності ТНК. Основні завдання PR-служб ТНК.

Тема 7. Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних PR.

Типи світових культур. Характерні риси світових культур. Пріоритетність каналів комунікації відповідно до типу культури країни. Комунікативна модель Р.Д.Льюїса.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лк	пр	лаб	інд	с.р.		лк	пр	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1 Теорія дипломатії та дипломатичні представництва												
Тема 1. Public relations як сфера практично-прикладної діяльності	15	2	2			11	15	1	0,25			13,75
Тема 2. Громадськість як суб'єкт комунікації.	15	2	2			11	15	1	0,25			13,75
Тема 3. Методи впливу на	15	2	2			11	15	1	0,5			13,5

громадськість. Вербальні та невербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю. PR-програми												
Разом за змістовим модулем 1	45	6	6			33	45	3	1			41
Модуль 2												
Змістовий модуль 2. Міжнародні public relations												
Тема 1. Public relations в міжнародному середовищі	11	2	2			7	11	0,75	0,25			10,25
Тема 2. Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів	11	2	2			7	11	0,75	0,25			10,25
Тема 3. Міжнародні організації та ТНК як суб'єкти PR-діяльності	11	2	2			7	11	0,75	0,25			10,25
Тема 4. Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних PR	12	2	2		2	6	12	0,75	0,25			10,25
Разом за змістовим модулем 2	45	8	8		2	27	45	3	1			41
Усього годин	90	14	14		2	60	90	6	2			82
ІНДЗ			-	-		-			-	-	-	
Усього годин	90	14	14		2	60	90	6	2			82

5. Темі семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Public relations як сфера практично-прикладної діяльності	2	0,25
2	Громадськість як суб'єкт комунікації.	2	0,25
3	Методи впливу на громадськість. Вербальні та невербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю. PR-програми	2	0,5
4	Public relations в міжнародному середовищі	2	0,25
5	Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів	2	0,25
6	Міжнародні організації та ТНК як суб'єкти PR-діяльності	2	0,25
7	Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних PR	2	0,25
	Разом	14	2

6. Теми практичних занять

Не передбачені навчальним планом

7. Теми лабораторних занять

Не передбачені навчальним планом

8. Самостійна робота

Метою самостійної роботи є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та послідовне формування у здобувачів вищої освіти самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у формуванні сучасного фахівця вищої кваліфікації.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Public relations як сфера практично-прикладної діяльності	11	13,75
2	Громадськість як суб'єкт комунікації.	11	13,75
3	Методи впливу на громадськість. Вербальні та невербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю. PR-програми	11	13,5
4	Public relations в міжнародному середовищі	7	10,25
5	Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів	7	10,25
6	Міжнародні організації та ТНК як суб'єкти PR-діяльності	7	10,25
7	Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних PR	6	10,25
	Разом	60	82

9. Індивідуальні завдання

Для студентів денної форми навчання – розробка PR-програми:

- міжнародної компанії;
- для виходу компанії на міжнародний ринок;
- для створення позитивного іміджу України

Для студентів заочної форми навчання – контрольна робота.

10. Методи навчання

Основними формами навчальної роботи при вивченні дисципліни є лекційні та семінарські заняття. Лекції проводяться з базових питань, містять узагальнений теоретичний матеріал, який є базою для самостійної роботи студентів. В процесі читання лекцій увага концентрується на найбільш складних аспектах досліджуваної теми та даються рекомендації для самостійної роботи гад відповідними темами. Формами навчання виступають інформативні, аналітичні та проблемні лекції. Спосіб подання інформації студентам в процесі їх пізнавальної діяльності реалізується через певні дії та методи навчання:

- розповідь – для оповідної, описової форми розкриття навчального матеріалу;
- пояснення – для розкриття сутності певного явища, закону, процесу;
- бесіда – для усвідомлення за допомогою діалогу нових явищ, понять;
- ілюстрація – розкриття предметів і процесів через їх символічне зображення (малюнки, схеми, графіки);

- дискусія – для стимулювання пізнавального процесу, залучення здобувачів до активного обговорення різноманітних точок зору тієї чи іншої проблеми, до аргументації чужої та своєї позиції;
- практична робота – для використання набутих знань у розв’язанні практичних завдань;
- аналітичний метод – мисленнєвого або практичного розкладу цілого на частини з метою вивчення їх суттєвих ознак;
- індуктивний метод – для вивчення явищ від одиничного до загального;
- дедуктивний метод – для вивчення навчального матеріалу від загального до окремого, одиничного;
- проблемний виклад матеріалу – для створення проблемної ситуації;
- кейс-метод або метод ситуаційних вправ – метод, що дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності, сприяє розвитку винахідливості, вмінню вирішувати проблеми, розкриває здібності поводити аналіз і діагностику проблем;
- ділова гра – метод пошуку рішень в умовній проблемній ситуації, що застосовується як метод активного навчання її учасників з метою вироблення у них навичок прийняття рішення в нестандартних ситуаціях, а також як засіб тестування здібностей;
- метод проектів – освітня технологія, спрямована на отримання здобувачами вищої освіти знань у тісному зв’язку з життєвою практикою.

11. Очікувані результати навчання з дисципліни

Програмні результати навчання	Очікувані результати навчання з дисципліни
РН 2. Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати дипломатичну та економічну термінологію.	Здатність спілкуватися на професійному та соціальному рівнях з використанням фахової термінології, включаючи усну і письмову комунікацію державною та іноземними мовами (СК 14)
РН 3. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення.	Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон’юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них (СК 5) Здатність проводити дослідження економічних явищ та процесів у міжнародній сфері з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв’язків (СК 11)
РН 5. Володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них.	Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв’язків між суб’єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними (СК 8) Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності (СК 16)
РН 7. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань	Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й

та змістовно інтерпретувати отримані результати.	ефективно використовувати їх в практичній діяльності (СК 16)
РН 15. Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.	Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними (СК 8)
РН 21. Розуміти і мати навички з ведення ділового протоколу та ділового етикету у сфері міжнародних економічних відносин, враховуючи особливості міжкультурного спілкування на професійному та соціальному рівнях, як державною так і іноземними мовами.	Здатність спілкуватися на професійному та соціальному рівнях з використанням фахової термінології, включаючи усну і письмову комунікацію державною та іноземними мовами (СК 14) Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності (СК 16)
РН 25. Презентувати результати досліджень на базі яких розробляються рекомендації та заходи з адаптації до змін міжнародного середовища.	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій (ЗК 7) Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК 8) Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК 12)

12. Засоби оцінювання

Навчальна дисципліна «PR-технології в міжнародних відносинах» викладається за кредитно-модульною системою організації навчального процесу. Тематика дисципліни розрахована на 2 змістовних модулів, які містять 7 тем. Підсумкова кількість балів виставляється як сума балів за усіма поточними формами контролю та підсумковим контролем, передбаченими робочою програмою навчальної дисципліни.

Методами оцінювання та демонстрування результатів згідно Рекомендації з навчально-методичного забезпечення у Національному університеті «Запорізька політехніка»* є: поточний контроль (контроль відвідування занять студентом, усне опитування, індивідуальне опитування, доповіді); рубіжний контроль (тестування за темами модуля 1, модуля 2); підсумковий контроль (залік – форма підсумкового контролю, яка полягає в оцінці засвоєння студентом навчального матеріалу з дисципліни та на підставі результатів виконання ним певних видів робіт на семінарських заняттях, а також завдань до заліку). Сумарний результат містить 100 балів.

* Рекомендації з навчально-методичного забезпечення у Національному університеті «Запорізька політехніка» / Укладачі: С.Б. Беліков та ін. Запоріжжя: Навчальний відділ, Навчально-методичний відділ, НУ «Запорізька політехніка». 2019. 18 с.

13. Критерії оцінювання

Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка»**, контрольні заходи включають в себе вхідний, поточний, рубіжний (модульний, тематичний, календарний), відстрочений, підсумковий та семестровий контроль, а також комплексні контрольні роботи та ректорські контрольні роботи.

Система контролю знань здобувачів вищої освіти з дисципліни «PR-технології в міжнародних відносинах» включає в себе поточний, рубіжний та підсумковий контроль. Також, за окремим наказом ректора, може проводитися ректорський контроль знань здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль проводиться викладачами під час аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Рубіжний контроль – це контроль знань здобувачів вищої освіти після вивчення логічно завершеної частини навчальної програми дисципліни. Проводиться у вигляді модульної контрольної роботи або за результатом поточного контролю.

Підсумковий контроль з дисципліни проводиться з метою оцінювання результатів навчання на певному освітньому ступені або на окремих його завершених етапах за 100-бальною системою, національною та шкалою ЄКТС.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти. Семестровий контроль з дисципліни «PR-технології в міжнародних відносинах» проводиться у формі семестрового заліку в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою навчальної дисципліни, і в терміни, встановлені робочим навчальним планом, індивідуальним навчальним планом здобувача вищої освіти. Завдання заліку включають тестові завдання, теоретичні питання з курсу та практичне завдання.

Підсумкова оцінка із дисципліни, яка виставляється в залікову відомість, є сумою балів за різні види навчальної роботи:

Поточне тестування та самостійна робота							Підсумковий тест (залік)	Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2					
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	40	100
10	10	10	7	7	8	8		
30			30					

T1, T2 ... T7 – теми змістових модулів.

** Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка»**/ Укладачі: В.Г. Прушківський, С.Т. Яримбаш, В.Л. Грешта, А.В. Пархоменко, С.І. Шило, О.О. Каплієнко, О.В. Коваленко, О.В. Лапкіна, П.В. Сахно, О.М. Стеценко, Н.Л. Ніколаєва, О.В. Савельєва, Л.М. Шило, О.В. Шепель, О.С. Калюжна, Є.О. Фасоль. - Запоріжжя: Навчальний відділ, Навчально-методичний відділ НУ «Запорізька політехніка». 2019. 59 с.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
85-89	B	добре	
75-84	C		
70-74	D	задовільно	
60-69	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

14. Методичне забезпечення

1. Опорний конспект лекцій з дисципліни «PR-технології в міжнародних відносинах».
2. Методичні вказівки з підготовки семінарських занять та індивідуальних робіт з дисципліни «PR-технології в міжнародних відносинах» для здобувачів вищої освіти денної форми навчання.
3. Методичні вказівки до виконання контрольних робіт з дисципліни «PR-технології в міжнародних відносинах» для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання.

15. Рекомендована література

База

1. Балабанова Л.В. Паблік рилейшнз: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, К.В. Савельєва. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2015. – 528 с.
2. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: навч. посіб. / В.С. Білоус – К.: КНЕУ, 2012. – 275 с.
3. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. / В.Г. Королько, О.В. Некрасова. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 831 с.
4. Куліш А.П. Практика ПР «по-українському» / А.П. Куліш. – К.: АДЕФ – Україна, 2015. – 335 с.
5. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф. Іванова, В.В. Різуна. - К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. - 431 с.
6. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. / Г.Г. Почепцов. – К.: «Знання»; КОО, 2017. – 327 с.
7. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посіб. / Т.О. Примак – К.: «Центручбової літератури», 2013. – 202 с.
8. Чічановський А.А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник / А.А. Чічановський, О.Г. Старіш. – К.: Грамота, 2013. – 568 с.
9. Шевченко О.В. ПР: теорія і практика. Підручник / О.В. Шевченко, А.В. Яковець. – К.: Бізнесполіграф, 2012. – 464 с.
10. Dennis L. Wilcox and Glen T. Cameron Public Relations: Strategies and Tactics (10th Edition) - Pearson, 2011. – 624 p.
11. Edward Bernays and Stuart Ewen Crystallizing Public Opinion – Ig Publishing, 2011. – 216p.

Допоміжна

1. Барна Н.В. Іміджеологія : навч. посіб. Для дистанційного навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. – К. : Університет «Україна», 2014. – 217 с.
2. Бочаров М. История публік рилейшнз. Нравы, бизнес. Наука / М. Бочаров. –М.: РИП-Холдинг, 2014. – 354 с.
3. Буторіна В.Б. Іміджеологія і ПР підприємств туристичної галузі : навчально-методичний посібник / В.Б. Буторіна. – Кам'янець-Подільський: ПП «Медобори-2006», 2015. – 112 с.
4. Владимирська Г.О. Реклама : навч. посіб. / Г.О. Владимирська, П.О. Владимирський. – К. : КОНДОР, 2014. – 334 с.
5. Куліш А.П. Практика ПР «по-українському» / А.П. Куліш. – К.: АДЕФ – Україна, 2015. – 335 с.
6. Маркетинг ПР и реклами / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенков, В.В. Синяев. – М.: Изд- во «Юнити-Дана», 2015. – 496 с.
7. Оливер С. Стратегия в публік рилейшнз / С. Оливер. – СПб.: «Нева», 2013. – 160 с.
8. Основи реклами і зв'язків із громадськістю : підручник / за заг. ред. В.Ф. Іванова,

- В.В. Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. – 431 с.
9. Пономарева А. М. Основы рекламной деятельности. Организация, планирование, оценка эффективности / А.М. Пономарева. – М. : Инфра-М, 2016. – 190 с.
10. Примак Т.О. Паблік рілейшнз у бізнесі: навч. посіб. / Т.О. Примак – К.: КНЕУ, 2012. – 176 с.
11. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: навчальний посібник / Є.Б. Тихомирова. – К.: НМЦВО, 2001 – 560 с.
12. Шевченко О.В. Основы PR-практики (прикладний аспект) : посібник / О.В. Шевченко. – К.: Центр вільної преси, 2007. – 157 с.
13. Шевченко О.В. PR-технології в міжнародних відносинах: європейський досвід та перспективи України / О.В. Шевченко. – К.: Центр вільної преси, 2003. – 189 с.
14. David Meerman Scott The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly Paperback – Wiley, 2013. – 464p.
15. Deirdre K. Breakenridge Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional – FT Press, 2012. – 176p.
16. Fraser P. Seitel The Practice of Public Relations – Prentice Hall, 2013. – 456 p.
17. Kozitska G.V. Features of the use of «Google Ads» by small and medium businesses // G.V. Kozitska // Науковий журнал «Економіка: реалії часу». - 2019.– № 2.
18. Michael E. Kraft and Scott R. Furlong Public Policy: Politics, Analysis, and Alternatives, 4th Edition, – CQ Press, 2012 – 600p.
19. Thomas Bivins Public Relations Writing: The Essentials of Style and Format – McGraw-Hill Humanities, 2013. – 416p.
20. Smith, Ronald D. Strategic Planning for Public Relations –Routledge, 2012. – 457p.
21. Paul Cornish, Julian Lindley-French and Claire Yorke Strategic Communications and National Security – Royal Institute for International Affairs/Chatham House, 2012 – 52 p.

16. Інформаційні ресурси

1. Асоціація політичних консультантів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.piar.kiev.ua/>
2. Журнал про маркетинг, рекламу й ПР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketing.web-standart.net/>
3. Онлайн-версія одного з найбільших видань про PR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prweek.com/>
4. Офіційний сайт ВГО «Українська ліга з зв'язків із громадськістю» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pr-liga.org.ua>
5. Офіційний сайт Української Асоціації зі зв'язків з громадськістю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uapr.com.ua>
6. Спеціалізований ресурс з ПР і інших комунікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.publicity.kiev.ua/>
7. Спільний проект PR News, Interactive PR &Marketing News і декількох інших ведучих видань [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prandmarketing.com>
8. Український рекламний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.reklamaster.kiev.ua/>
9. Український сайт про PR, маркетингу й рекламу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prschik.kiev.ua>
10. Journal of Employee Communications Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ragan.com>
11. PR Week [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prweekuk.com>
12. PR Newswire [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prnewswire.com>